

文化产业信息动态

2024 年 第 38 期

台儿庄古城管委会文化产业部

2024 年 12 月 31 日

目 录

1.2024 旅游行业十大热词盘点

2.强化知识导向，让青少年研学游研有所得、游有所乐

2024 旅游行业十大热词盘点

来源：中国经济网 2024 年 12 月 31 日

中国经济网编者按：随着 2024 年的落幕，回望过去一年的旅游行业，不禁被一系列热词所吸引。这些热词不仅是旅游趋势的风向标，更是社会文化变迁的缩影。从“阿勒泰精神”到“黑神话效应”，从“美食的诱惑”到“city 不 city”，每一个词汇都映射出当下旅游市场的新动向和消费者的新需求。这些变化不仅推动了旅游业的复苏，也为旅游市场带来了新的活力和机遇。

让我们一起走进这些热词背后的故事，探索它们如何塑造 2024 年的旅游行业，以及它们将如何影响我们未来的旅行方式。

· 旅游强国

今年 5 月 17 日，全国旅游发展大会在京召开，这次会议是党中央首次以旅游发展为主题召开的重要会议，会议对加快建设旅游强国、推动旅游业高质量发展作出全面部署、提出明确要求。

“旅游业从小到大、由弱渐强，日益成为新兴的战略性新兴产业和具有显著时代特征的民生产业、幸福产业”。随着旅游成为人们日常生活的重要组成部分，旅游业的民生属性与幸福功能日益彰显。坚持旅游发展为了人民、旅游发展依靠人民、旅游发展成果由人民共享，是新时代中国旅游业发展的核心要义。

新时代的旅游，已成为大众美好生活的重要内容。深入践行旅游为民理念，不断推进旅游高质量发展，让广大海内外游客通过旅游，更好地感受中国的山川之美、文化之美、生活之美、时代之美，

才能坚定走好独具特色的中国旅游发展之路。

· 天水麻辣烫

2024年2月13日，天水网友“一杯梁白开”在短视频平台发布一段自拍的麻辣烫视频，短时间内得到127.5万赞，被近两百万个网友分享。3月，天水麻辣烫火爆出圈，吸引了众多美食达人的关注，并纷纷到天水打卡、探店。一时间，天水麻辣烫成为当地一张靓丽的文旅名片。

去年至今年，淄博烧烤和天水麻辣烫相继火遍全国，成为吸引游客的美食打卡地。当越来越多的年轻人“为一顿美食，奔赴一座城”，“舌尖上的旅行”成为推动城市发展的新动力。

美食出圈的背后不仅是美食的胜利，更是地方文化、社交媒体传播、年轻消费团体、政府支持、体验式消费等共同作用的结果。这同样启示城市应更加注重长期的品牌建设、文化内涵的挖掘、产业多元化发展，以及持续提供高质量的旅游产品和服务，推动“网红”到“长红”的转变。

· 《我的阿勒泰》

今年5月份，由知名作家李娟同名散文集改编的迷你剧《我的阿勒泰》热播，为阿勒泰及新疆旅游带来“泼天富贵”，“一键激活”新疆多个低调的村庄。这不仅是影视IP的成功，更是“文化IP”与地域特色深度融合的最佳实践。

2024开年，国家广播电视总局印发《关于开展“跟着微短剧去旅行”创作计划的通知》，提出2024年创作播出100部“跟着微短剧去旅行”主题优秀微短剧。计划同时提出8个创作方向，涵盖

乡村振兴、历史文化名城、非物质文化遗产、国家文化公园等。

随后，各地积极跟进，制定出具有地方特色的创作计划，同时开放式地将美食、美景、非遗、历史等地方性符号纳入叙事中，促进短剧与传统文化、旅游资源、线下经济交融交汇。目前，“跟着微短剧去旅行”创作计划已发布五批推荐剧目，涉及 162 部作品。文旅题材微短剧创作风潮已启，地域文旅名片和旅游体验打造也正进入迭代期。

· “city 不 city”

今年 6 月，一位名叫“保保熊”的外国博主，在中国旅游期间，总用魔性语调问妹妹“city 不 city”，这种洗脑的口语在大家的演绎下，迅速成为形容城市化、洋气、好逛的代名词，“city 不 city”随之成为热点，并在年末被列入“2024 年十大流行语”。

自去年以来，我国持续优化入境旅游措施，越来越多外国游客来华旅游。“新手村”北京、上海、广州，“进阶版”成都、西安、重庆，“Hard 模式”新疆、青海……亲身体验成为外国友人了解中国的最好方式。“city 不 city”流行的背后，既体现了中外文化的交融与认同，也折射出中国旅游的生机与活力。

而伴随当下城市与乡村的消费平衡，自由行和可持续旅游的兴起，“city 不 city”在反映城乡间消费变化的同时，也揭示了现代旅游消费中个性化、安全性、科技便捷性等多方面的发展新趋势，这些新的变化也将继续影响旅游市场，推动行业转型升级。

· 申遗成功

今年 7 月，北京中轴线列入《世界遗产名录》，中国世界遗产

总数达 59 项，位居世界前列；12 月，“春节”申遗成功，中国列入联合国教科文组织非遗名录名册项目达 44 个，持续位居世界第一。

春节和北京中轴线作为中国重要的文化遗产，二者申遗成功将进一步增强文化自信，提升北京等城市的国际形象，吸引更多的国内外游客，促进旅游业的增长。特别是北京中轴线成为了北京旅游最大的“IP”，进一步带动了相关旅游产品和服务的发展。

申遗成功既是对过去的肯定，更是对未来的期许，这无疑将为中华优秀传统文化的传承与弘扬开启一个新天地。

· 冰雪经济

为推动冰雪经济成为新增长点，今年 11 月，国务院办公厅印发《国务院办公厅关于以冰雪运动高质量发展激发冰雪经济活力的若干意见》；前不久，中央区域协调发展领导小组办公室印发了《推动东北地区冰雪经济高质量发展助力全面振兴取得新突破实施方案》。

与此同时，12 月召开的中央经济工作会议进一步提出积极发展冰雪经济。作为一种新经济业态，冰雪经济的相关资源正在不断盘活，发展前景令人期待。

后冬奥时期，冰雪运动逐步从小众走向大众，冰雪运动的兴起不仅点燃了人们的运动热情，也进一步推动了冰雪旅游、冰雪产业蓬勃发展。如今，除东三省、新疆、河北、内蒙古等传统冰雪旅游目的地外，冰雪经济在大江南北持续升温，“冷”资源不断助燃“热经济”。预估 2025 年冰雪产业规模将突破万亿元。

· 《黑神话：悟空》

国内首款 3A 游戏《黑神话：悟空》自 8 月 20 日上线后，迅速吸引全球游戏爱好者的目光。在游戏的 36 个取景地中，山西省独占 27 个。山西当日同步启动“跟着悟空游山西”活动，发布系列主题线路，发放通关文牒、周边文创以及规划设置线下打卡等，山西文旅顺势火爆出圈，以至于“跟着悟空打卡游山西”一度成为一种新的文旅潮流。

近年，《黑神话：悟空》从《长安三万里》《白蛇：浮生》等国风 IP 的一次次出圈，让外界看到了优秀传统文化 IP 的撬动力。在充分挖掘优秀传统文化 IP 基础上，用创新的、交互的、共情的方式让文化“活”起来，激活其内生力量已势不可挡。

当下，随着传统文化的叙事方式越来越游戏化、虚拟化、影视化、数字化、故事化，这些新质生产力在带来更多沉浸式文化消费体验的同时，也正源源不断地为现实中的文旅赋能提供新思路。

· 免签

今年以来，中国的免签政策持续放宽和优化。截至目前，我国已与 25 个国家实现全面互免签证，对 38 个国家试行单方面免签政策，对 54 个国家实施过境免签政策。过境免签外国人在境内停留时间由原来的 72 个小时和 144 小时延长为 240 小时。新增 21 个口岸，进一步扩大外国人停留活动区域。

数据显示，2024 年 1 月至 11 月，全国各口岸入境外国人同比增长 86.2%，通过免签入境人次同比增长 123.3%，预计 2024 年全年入境旅游人次有望恢复到 2019 年的九成以上。

当前，入境游市场呈现出强劲增长势头，免签政策进一步提高了入境游游客的复购率，提升国际旅游影响力。随着 2025 年春节假期即将到来，预计入境游市场将继续保持增长势头。

· 银发旅游

今年 1 月份，国务院办公厅印发了《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》，这是我国首个以“银发经济”命名的政策文件，标志着中国银发经济发展元年的到来。作为银发经济的重要组成部分，银发旅游正推动着旅游产业的转型升级，释放巨大的消费潜力。

2024 年以来，银发旅游在政策支持和市场需求的双重推动下，展现出强劲的增长势头和发展潜力。如今的银发旅游已不再满足于传统的观光，而是更注重生活品质、身心健康和文化体验。中国旅游研究院发布的数据提出，预计到 2028 年，银发旅游市场规模将达到约 2.7 万亿元。

随着社会老龄化的加速，未来银发旅游市场预计将继续保持上涨势头。精准把握银发族的旅游需求，让旅游产品适老悦老，如此才能更好助力银发族奔赴他们心中的“诗和远方”。

· 低空旅游

2024 年被称为低空经济发展元年。今年全国两会，“低空经济”首次写入政府工作报告。8 月，国务院印发的《国务院关于促进服务消费高质量发展的意见》提到，鼓励低空飞行等新业态发展。之后，湖南、四川等地相继发布“低空空域管理改革实施方案”。

整体上看，我国低空旅游市场仍处于市场培育阶段，还存在产品单一、供给有限、主体规模较小、专业化程度较低等问题，诸如

低空空域管制、基础设施和服务薄弱、技术人才匮乏依旧是影响低空旅游发展的关键因素。随着多地推进低空旅游产业落地，以及不断完善各项政策措施和制度建设，对于产业健康、有序、可持续发展都有着重要的推动意义。

与此同时，当前，我国正处于科技赋能传统旅游业转型升级的关键阶段，有效加大科技投入，开发符合新消费的设备、设施以及产品和服务，提高低空旅游的吸引力和市场影响力将有力推动低空旅游拥有更广阔的发展空间。

强化知识导向，让青少年研学游 研有所得、游有所乐

来源：中国青年报 2024 年 12 月 27 日 宋昌耀 叶琳鑫

在高质量推进文化强国、教育强国和旅游强国的背景下，青少年研学旅游呈现出蓬勃发展态势，逐步成为研学旅游市场以及青少年社会教育中不可或缺的重要组成部分。文化和旅游部办公厅发布《关于促进旅行社研学旅游业务健康发展的通知》，倡导系统性地整合优化研学资源与课程，深入打造优质研学旅游产品，以提供更精准的服务保障与更优惠的舒适体验，确保广大青少年研有所得、游有所乐，进而提升青少年的综合素质。

青少年研学旅游是依托旅游吸引物等社会资源向广大青少年开展的一种复合型旅游活动和学习方式，致力于让青少年在旅游过程中实现探索、学习和成长。相较于传统旅游和社会教育，研学旅游将趣味性与知识性有机结合，凭借体验式教育、研究性学习以及团队协作、场景沉浸，获得越来越多家庭和学校的青睐。它不仅在内容上涵盖历史文化、自然科学、红色教育、科技创新等多个领域，有助于帮助青少年拓宽知识面，培养跨学科思维能力；而且通过实地考察、互动体验等方式，营造出轻松愉快的学习环境，使知识在潜移默化中对青少年产生积极影响，推动其全面发展。

随着数智技术的快速发展，知识传播的速度、方式持续变化，青少年获取知识的渠道不断拓宽，对非结构化知识的需求也日益增多。在此背景下，众多教育机构和旅行社开始重视这一领域，推出

多样化的研学旅游产品，以满足不同年龄层学生的需求。然而，青少年研学旅游市场仍面临着如部分活动游而不学、质价不符、注重数量缺乏质量、形式主义超越内容实质等问题。为了最大化发挥青少年研学旅游的社会效益和综合价值，必须强化其知识导向，提高研学质量，确保青少年在研学旅游中真正获得知识的滋养和能力的增强。为此，可以从知识获取、知识共享、知识运用 3 个方面着手，推进青少年研学旅游高质量发展。

第一，拓展知识获取渠道，构建青少年研学旅游学习网络。青少年的知识获取关键在于构建一个立体化的学习网络，以确保知识的全方位覆盖和深入理解。这就要求在对研学旅游资源进行详尽调查的基础上，整合文化、历史、科技、教育、体育、自然资源等领域和工业、农业、服务业等行业的知识元素和教育资源，创新开发更加普惠、多元的研学旅游产品。要加强面向青少年研学旅游的解说系统建设，不断优化解说内容和解说方式，为青少年在研学旅游中的学习提供便利化条件。同时，充分利用互联网、虚拟现实（VR）、增强现实（AR）等现代技术手段，打破时间和空间的限制，创建数智人、在线课程、虚拟博物馆等实时互动平台，为青少年研学旅游开辟教育体验和知识获取的新天地。

第二，营造知识交流氛围，推动青少年研学旅游知识共享。知识共享是青少年研学旅游的重要环节，而营造良好的知识交流氛围，是扩大研学旅游影响力、提升知识共享效果的核心所在。一是学科交叉。加强青少年研学旅游产品的跨学科内容和互动性环节设计，广泛引入科技、历史、地理、艺术等学科知识，为青少年交流

知识创造条件。二是平台建设。例如通过建设线上社群，或开发青少年研学旅游 App 或小程序，依托互动交流、学习规划、智能推荐等功能，便于青少年在旅游过程中实时共享信息和交流心得。三是模式创新。加强青少年研学旅游中的合作与讨论，通过小组合作、专题研讨、课后分享、创意展示、专家交流等方式，加强学生与同学、教师、专家等的互动，鼓励青少年主动分享学习成果和经验，培养青少年成为知识的主动探索者与传播者。

第三，提供知识运用机会，确保青少年研学旅游学用并举。研学旅游本质上是将理论知识与情景实践相结合的学习形式，让青少年在沉浸式游览中运用和扩展知识，激发他们对学习新文化、吸收新知识的强烈欲望，达到“游中学，学中游，游有所乐，学有所得”的目的。一方面，要注重补充学校教育，满足青少年非结构化知识的学习需求，通过设计一系列与学校课程内容相辅相成的项目式、参与式研学活动，如文化体验和历史探索等，使青少年能够在非正式的环境中自然吸收知识，并主动进行深入探索和思考。另一方面，在设计青少年研学旅游产品时要专注于实践环节，开发实践导向的学习任务，强调操作性、互动性和体验性，借助实地考察、科学实验和社会实践等环节，使青少年能在真实场景中将抽象概念转化为具体成果，从而实现知识的转化和应用，进一步培养其创造力和批判性思维。

（编辑 杨珠峰）